

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE ECONOMIA
MONOGRAFIA DE BACHARELADO

**MODELOS DE FORMAÇÃO DE PREÇOS
PÓS-KEYNESIANOS**

MARCOS PUCCIONI DE OLIVEIRA
LYRA

Matrícula nº: 109024230

Orientador: Prof. Ronaldo Fiani

JANEIRO 2014

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE ECONOMIA
MONOGRAFIA DE BACHARELADO

**MODELOS DE FORMAÇÃO DE PREÇOS
PÓS-KEYNESIANOS**

MARCOS PUCCIONI DE OLIVEIRA
LYRA

Matrícula nº: 109024230

Orientador: Prof. Ronaldo Fiani

JANEIRO 2014

As opiniões expressas neste trabalho são da exclusiva responsabilidade do autor

AGRADECIMENTOS

Uma página de agradecimentos não é nem de perto suficiente para expressar toda a gratidão que sinto à todos que participaram da minha graduação. Como não poderia ser diferente, agradeço primeiro aos meus pais, Cyro e Silvia, por todo amor, carinho e dedicação do meu nascimento até hoje, sem vocês eu não teria sequer pisado no IE. Depois agradeço aos meus irmãos e irmãs: Maria, Marta, Bel, Raquel, Ana, Kiko e Pedro. Sou especialmente grato a este último, por me aturar todos os dias. Agradeço também ao meu avô: o grande triatleta Ettore, grazie per tutto! Aos meus tios, primos e demais parentes: obrigado!

Agradeço ao meu orientador, professor e amigo Ronaldo Fiani, pela paciência e apoio durante a realização deste trabalho. Além dos papos de corredor também, sempre divertidos.

Aos meus amigos, do lendário período de 2009.1, pessoas que levarei para sempre no meu coração: Luisinho, Renato (sempre radiante, soltando fogos), Thales (tá proibido de ler estes agradecimentos), Amêndoa, Helena, Milk, Filipe, Pedrinho, Leoclássico, Petit, Jim Carrey (Gueibriel), Rudrá, Victor, Chiclete, Mineiro, Helô, Lou, Vicente, Leon e Quaresma (porque não?). Aos amigos dos outros períodos: Takashi, Luísa, Vitória, Farina, Celso, Jesus, Assaf, Bianca, Léo Veiga, Leoleo e Julia. Aqueles que estiveram ao meu lado no lançamento da Wolfius no dia 13 de Maio de 2011, meus amigos co-fundadores: Vicente, Vinícius, Paulinho, Dutra, Cadena e Gueibriel (Jim Carrey). Conseguimos! A Wolfius é um sucesso!

Agradeço ao meu grupo de amigos preferido e mais aleatório já criado: Dudu, Branco, Peter (meu dedinho) e Laranja, vocês são meus irmãos. Também agradeço aos demais amigos que me acompanham muito antes de eu pensar em fazer economia: Eric, Cândido e Luiz (Lulu). Agradeço também ao meu oitavo irmão, Igor, obrigado parceiro.

Àquela que esteve comigo durante quase toda a minha graduação e me deu forças para chegar até aqui e a base para ir mais longe: Raquel, sua importância nessa conquista é maior do que você pode imaginar.

Ao Dudu, André, Alexandre, Rafael (Tião), Romarinho, Tião, Naílson, dona Teresa, Soraia e Júlio, obrigado por tornar todos os dias no IE mais fáceis.

Anna Lúcia, Moises, Marcelo e Darci, agradeço demais a vocês! E Por fim, aos professores do Instituto de Economia: obrigado! Continuem fazendo do IE o centro de referência da heterodoxia brasileira.

RESUMO

O objetivo do presente trabalho é introduzir dois modelos de formação de preços baseados em mark-up sobre os custos ligados à teoria pós-keynesiana. Antes da apresentação destes modelos são mostradas críticas à teoria da firma pós-keynesiana, em especial a falta da presença de incerteza na teoria, que é base para os modelos pós-keynesianos. O primeiro modelo apresentado é o sugerido por Josef Steindl, seguido das críticas de Nina Shapiro. O segundo modelo é o de Alfred Eichner e Jan Kregel.

ABSTRACT

The aim of this work is to introduce two pricing models based on mark-up over costs connected to the post Keynesian theory. Before presenting these models, there are shown critics to the orthodox theory of the firm, specially the lack of uncertainty in the theory, which is basis for the post Keynesian models. The first model presented is the one suggested by Josef Steindl, followed by the critics of Nina Shapiro. The second model is the Alfred Eichner and Jan Kregel one.

ÍNDICE

| | |
|--|-----------|
| INTRODUÇÃO | 7 |
| CAPÍTULO 1 – CRÍTICAS À TEORIA DA FIRMA ORTODOXA | 9 |
| I.1 – Os pressupostos da teoria da firma tradicional e suas críticas | 9 |
| I.2 - Incerteza | 12 |
| CAPÍTULO 2 – FORMAÇÃO DE PREÇOS E ACUMULAÇÃO NA FIRMA – O MODELO DE STEINDL | 15 |
| II.1 – Josef Steindl e a dupla influência no preço | 15 |
| II.2 – Shapiro e a crítica à Steindl | 20 |
| CAPÍTULO 3 – A FORMAÇÃO DE PREÇOS DE EICHNER E KREGEL | 24 |
| III.1– Custos | 24 |
| III.2 – O modelo de formação de preços em oligopólios de Eichner e Kregel | 27 |
| CONCLUSÃO | 33 |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 35 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|----------------|----|
| Figura 1 | 19 |
| Figura 2 | 26 |
| Figura 3 | 29 |
| Figura 4 | 31 |

INTRODUÇÃO

Ao escrever a “Teoria Geral do Emprego, do Juro e da Moeda” em 1936, John Maynard Keynes revolucionou a teoria econômica. Seu trabalho foi interpretado de maneiras distintas por diversos autores ao longo do tempo e é considerada a obra fundadora da macroeconomia. Dentre seus seguidores, os pós-keynesianos destacam-se por buscarem constantemente estudar a “Teoria Geral” e se aproximar da visão original de Keynes sobre o funcionamento da economia, se opondo a outras visões que incorporaram elementos keynesianos em suas teorias.

As contribuições de Keynes, porém, não tem reflexo apenas sobre a macroeconomia. A “Teoria Geral” foi base para estudos microeconômicos, dentre eles trabalhos sobre o funcionamento da empresa que se opõem à teoria da firma tradicional. A existência de incerteza no ambiente em que o empresário toma suas decisões de produção é crucial para que a visão microeconômica dos pós-keynesianos discorde do ponto de vista dos autores ortodoxos.

O presente trabalho tem como objetivo estudar o funcionamento da firma sob a ótica pós-keynesiana, mais especificamente a formação de preços. Serão abordados dois modelos de precificação: o modelo de Steindl (1952) e o modelo de Eichner e Kregel (1975).

O primeiro capítulo trata das diversas críticas à teoria da firma tradicional, são destacados os pressupostos existentes na teoria da firma ortodoxa destacados por Koutsoyiannis abordando de maneira mais profunda uma crítica específica: a da inexistência de incerteza na tomada de decisão dos agentes, base para a formação de preços dos modelos, os quais são objeto de análise nos capítulos seguintes. Esta crítica é fundamental para a escolha por parte dos autores pós-keynesianos em trabalhar o crescimento como objetivo da firma ao competir.

Os modelos que serão trabalhados no segundo e terceiro capítulo tratam a decisão de produzir como motivada pelo objetivo de crescer da firma. Estes modelos de formação de preços se baseiam em uma margem sobre os custos, como proposto por Kalecki em seus trabalhos.

O segundo capítulo aborda o modelo de Steindl (1952) de formação de preços em um mercado com firmas de diferentes tamanhos, onde as decisões de investimentos tem influência no

sentido de pressionar os preços para cima e a demanda tem um papel limitador no aumento deles. Neste capítulo também são discutidas as críticas feitas por Shapiro (1981) a este modelo, que sugere a diversificação do investimento em outras indústrias como ausente no modelo de Steindl.

O terceiro e último capítulo trabalha o modelo de Eichner e Kregel (1975), onde a formação de preços leva em conta a oferta e demanda de recursos para se investir como determinante da margem a ser empregada nos preços. Por fim, uma conclusão no fim do trabalho que fornece considerações finais acerca dos modelos trabalhados.

CAPÍTULO 1 – CRÍTICAS À TEORIA DA FIRMA ORTODOXA

Introdução

A teoria da firma da microeconomia tradicional tem pressupostos e resultados que são questionados por diversas escolas teóricas. A partir das diversas críticas feitas surgiram visões diferentes acerca do comportamento da firma e do consumidor. Dentre seus pressupostos, destaca-se o paradigma da maximização de lucros. Esse comportamento por parte dos produtores é base para os diversos modelos de competição: concorrência perfeita, monopólio, oligopólio, etc. Os pós-keynesianos discordam desse princípio, principalmente devido à existência de incerteza no ambiente de tomada de decisão da firma, que influencia diretamente os objetivos desta ao produzir.

Na próxima seção são destacados os pressupostos básicos da teoria da firma neoclássica e as críticas de Koutsoyiannis a estes pressupostos. Posteriormente, é analisada especificamente a crítica relacionada à falta de incerteza na tomada de decisão do produtor na microeconomia tradicional, ponto fundamental para a construção dos modelos de formação de preço pós-keynesianos que serão trabalhados nos capítulos seguintes. A última seção conclui o capítulo.

I.1 – Os pressupostos da teoria da firma tradicional e suas críticas

Koutsoyiannis destaca seis pressupostos teóricos básicos da teoria da firma neoclássica¹ e os discute individualmente. O primeiro pressuposto é o de que o gerente é também o dono da firma e possui habilidade, informação e tempo suficientes para tomar as melhores decisões possíveis. Entretanto este não é o quadro que se verifica no mundo real:

“Clearly the above assumptions are unrealistic. In the modern business world, the firm is complex organization, characterized by the divorce of ownership and management.

¹ KOUTSOYIANNIS, [1975] 1989, pg. 256-263

This gives discretions to the managers to pursue goals others than profit maximization...”²

O segundo pressuposto é o da maximização de lucros: a firma toma suas decisões de produção de modo a gerar o maior lucro possível. Este ideal vem da própria noção do que é a ciência econômica para autores ortodoxos, como nas palavras de Ferguson: “...a economia é um estudo do método de alocação de meios físicos e humanos escassos (recursos) entre fins alternativos – uma alocação que atinge um objetivo ótimo ou máximo estipulado”³. A firma, porém, pode buscar outros objetivos, visto que para ocorrer a maximização de lucros é necessário conhecer a demanda e seus custos, tornando complexo realizar este objetivo. Dentre os modelos que abordam objetivos alternativos à maximização de lucros, Koustoyiannis cita alguns exemplos, como o modelo *behaviourist* de Cyert e March (feito com base no artigo de Simon⁴), que sugere que a firma visa obter resultados “satisfatórios” em termos de lucro ou crescimento, não necessariamente maximizando estes, e o modelo gerencialista de Baumol⁵.

O modelo de Baumol trabalha com a ideia de que a firma visa maximizar suas vendas ao invés do lucro. O autor justifica a escolha desse objetivo baseado em evidências que apontam nessa direção. Os proprietários da firma preferem um bom desempenho contínuo nas vendas a uma maximização de lucros em um período específico, pois lucros menores em outros períodos podem não ser satisfatórios. O autor considera também que há separação entre o gerente e o dono da firma e o salário desses está mais correlacionado com as vendas do que com os lucros. Um bom desempenho nas vendas irá tornar o gerente mais bem aceito pelos donos da firma. As instituições financeiras também consideram desempenhos de vendas ao conceder empréstimos. Com o crescimento das vendas também há menos conflitos com trabalhadores, pois há mais condições de se pagar maiores salários. Finalmente, se houver crescimento contínuo das vendas, a firma terá maior poder para implementar diferentes estratégias⁶.

A teoria da firma pós-keynesiana também discorda do princípio da maximização de lucros e utiliza em seus modelos o objetivo de crescer, porém devido, principalmente, à existência de incerteza.

²KOUTSOYIANNIS [1975] 1989, pg. 257

³FERGUSON [1972] 1989, pg. 1

⁴ Ver SIMON, 1955 e CYERT; MARCH, 1963

⁵Ver BAUMOL, 1959

⁶KOUTSOYIANNIS [1975] 1989, pg. 325-6

O terceiro é o princípio marginalista: a firma toma sua decisão de produção de modo que a receita marginal se iguale ao custo marginal, gerando a maximização do lucro. Esse resultado é obtido através da condição matemática da maximização da função lucro (composta da diferença entre receita total e custo total). A crítica a este princípio é similar à que foi feita à maximização de lucros em si. Dado que é difícil, se não impossível para o produtor, conhecer a curva de demanda e seus custos, ele não consegue aplicar o princípio marginalista, não garantindo o funcionamento da maximização de lucros.

O quarto elemento da teoria da firma neoclássica diz respeito à entrada e saída de firmas. No modelo de concorrência perfeita, a entrada é livre, mas ocorre apenas no longo prazo. Já em modelos de oligopólio, a entrada ocorre de maneira distinta em diferentes modelos. Os modelos clássicos de duopólio (podemos destacar como clássicos os modelos de Cournot e Bertrand) são considerados fechados: não há entrada ou saída dentro do modelo. Já os modelos de cartel, por exemplo, pressupõem que se houver entrantes, eles serão bem sucedidos em se juntar ao cartel.

As duas abordagens sobre entrada no mercado trabalhadas na microeconomia tradicional são criticadas por não considerar que as firmas estabelecidas tomam decisões baseadas nos possíveis entrantes, ou seja, não há concorrência potencial⁷. A Economia Industrial tem como um dos seus principais objetos de estudo as barreiras à entrada e a formação de preços em indústrias sem livre entrada e saída de firmas⁸.

O quinto princípio é o de que a firma maximiza lucros no longo prazo, porém faz isto através de maximizações no curto prazo, onde cada período é independente. Koutsoyiannis destaca que ainda que a firma consiga de alguma forma maximizar lucros no longo prazo, ela não consegue maximizar no curto prazo pelos motivos expostos anteriormente (desconhecimento da demanda e dos custos). Ainda se critica a própria escolha da maximização de lucros como objetivo da firma. Ela pode ter outros objetivos, como nos modelos de preços de Steindl (1952) e Eichner e Kregel (1975) que serão trabalhados nos capítulos posteriores.

⁷ Segundo KUPFER, 2002, pg.111: “Concorrência potencial relaciona-se à competição por lucros entre empresas já estabelecidas em uma determinada indústria e novas empresas interessadas em iniciar operação nessa mesma indústria – as empresas entrantes (ou empresas potenciais).”

⁸Dentre os modelos de formação de preços em indústrias com barreiras à entrada, destaca-se o modelo do preço-limite de Bain (1949)

O sexto e último pressuposto é o princípio da ausência de incerteza, que será trabalhado individualmente na seção seguinte, devido à sua importância para o desenvolvimento dos modelos de preço pós-keynesianos.

I.2 - Incerteza

Nos modelos de concorrência ortodoxos há total certeza de acontecimentos futuros e passados, ou seja, informação perfeita:

“Full knowledge is assumed about the past performance, the present conditions and the future developments in the environment of the firm. The firm knows with certainty its own demand and cost functions. It learns from past mistakes, in that its experience is incorporated into its continuous appraisal (estimation) of its demand and costs”⁹

Steindl é um dos grandes críticos ao ambiente de total certeza na decisão da firma. Ele argumenta que os empresários não deveriam ter tanta certeza ao tomar decisões, já que eles trabalham fundamentalmente com estimativas de elasticidades da demanda¹⁰. As expectativas dos agentes são consideradas exógenas à firma e não há explicação sobre como são tomadas nos modelos ortodoxos¹¹.

Teóricos ligados ao *mainstream*, em certo momento, reconhecem que a informação não é perfeita e sugerem a adoção de distribuições de probabilidade para diferentes possíveis cenários:

“Economists used a probabilistic approach to deal with this uncertainty. They assumed that the firms have perfect knowledge only up to a probability distribution of all possible outcomes. The idea that the profit in any one period was a single-valued magnitude known with certainty by the firm was abandoned”¹².

Uma das grandes contribuições de John Maynard Keynes (1936) para a literatura econômica é a importância dada pelo autor à existência de incerteza e a influência da

⁹ KOUTSOYIANNIS, [1975] 1989, pg. 267

¹⁰ STEINDL, [1952] 1976, pg. 2

¹¹ KOUTSOYANNIS, [1975] 1989, pg. 261

¹² Ibidem, pg. 261

expectativa na tomada de decisão dos agentes. Os pós-keynesianos buscam trazer de volta para o debate a incerteza da maneira originalmente utilizada por Keynes e chamada por Paul Davidson (1982-3) de incerteza fundamental, que difere de risco probabilístico e não pode ser inferida. A incerteza probabilística está ligada a processos ergódicos, como foi definido por Davidson. Ele define processos ergódicos como aqueles cuja probabilidade de ocorrência no futuro converge com a ocorrência no passado. Em processos não-ergódicos, ou seja, sob incerteza fundamental, é possível afirmar que “o passado não é uma boa previsão para o futuro”¹³.

A diferença entre a existência ou não de incerteza na tomada de decisão tem reflexo na própria maneira como o processo competitivo é visto pelas diferentes escolas teóricas. Em uma análise da diferença do processo competitivo para os ortodoxos e os pós-keynesianos, Peter Kenyon destaca que para os primeiros, como foi dito anteriormente, a competição ocorre com a finalidade de maximizar seu lucro, de modo a ter a solução mais eficiente possível (maior lucro) com o menor desperdício de recursos escassos¹⁴.

Os teóricos pós-keynesianos rompem com o conceito de maximização de lucros baseados na influência da expectativa dos agentes na tomada de decisão do produtor e trazem de volta a noção de competição da econômica política clássica: a concorrência dá-se em função da acumulação de capital¹⁵ e a necessidade de crescer está intimamente ligada à existência de incerteza:

“Market structures may indeed reflect the responses of strategic decision makers to an uncertain environment, given that size (both absolute and relative) helps to reduce the impact of uncertainty on the firm”¹⁶

Steindl formula um modelo (que será trabalhado no capítulo seguinte) que reafirma a busca do crescimento da firma na sua tomada de preços em oposição à maximização de lucros e seus impactos no processo competitivo: “Finally, drawing upon his discussion in *Small and Big Business*, Steindl assumed that entrepreneurs had a basic urge to increase the productive capacity of their enterprises, that is to accumulate capital...”¹⁷.

¹³ Davidson 1982-3, pg. 187-188

¹⁴ Ver KENYON 1978

¹⁵ KENYON, 1978, pg. 38

¹⁶ DUNN, 2002, pg. 71

¹⁷ Ver LEE, [1999] 2003, pg. 187

Conclusão

A partir das críticas feitas à teoria da firma neoclássica, surgem diversas escolas de pensamento e modelos de concorrência, fornecendo visões alternativas para o comportamento da firma e o processo competitivo em si. Os pontos criticados por Koutsoyiannis são a maximização de lucros como sendo o objetivo da firma e o método marginalista como maneira de obtê-la. Outro ponto criticado é o fato de não se separar o proprietário e o gerente da firma, já que estes podem ter objetivos diferentes (como no modelo de Baumol, onde se cita que o gerente visa maximizar seus próprios ganhos).

A livre entrada e saída de firmas também é um ponto de discordância de Koutsoyiannis, pois é possível que haja diversas barreiras à entrada¹⁸. As outras críticas são a maximização de lucros no longo prazo através de maximizações no curto prazo em períodos independentes (criticada pela própria impossibilidade de se maximizar lucros no curto prazo) e a inexistência de incerteza na tomada de decisão do produtor.

A presença de incerteza no ambiente de negócios e sua influência na produção é um dos pontos mais destacados por autores pós-keynesianos. A rejeição à firma que toma suas decisões com total certeza de eventos passados, presentes e futuros é responsável por se enfatizar o objetivo de crescimento da firma como fundamental e rejeitar a maximização de lucros.

A busca pela acumulação de capital em um ambiente tomado por incerteza gerou diversos trabalhos sobre diferentes temas. Os capítulos seguintes abordam dois modelos de formação de preços com este tipo de enfoque: primeiramente o modelo de Steindl (1952) e no terceiro capítulo o modelo de Eichner e Kregel (1975).

¹⁸Kupfer destaca alguns tipos de fontes de barreiras à entrada: a existência de vantagens absolutas de custos, a preferência dos consumidores por produtos de firmas estabelecidas no mercado, a existência de economias de escala e a necessidade de elevados requerimentos de capital inicial (KUPFER, 2002, pg. 116)

CAPÍTULO 2 – FORMAÇÃO DE PREÇOS E ACUMULAÇÃO NA FIRMA – O MODELO DE STEINDL

Introdução

A tomada de decisão no processo produtivo de uma firma no *mainstream* baseia-se na escolha por parte desta por produzir uma quantidade de produto que maximize seus lucros. Se a firma se encontrar em um mercado perfeitamente competitivo, ela produzirá de modo que o custo de se produzir uma unidade adicional deste produto, o custo marginal, se iguale ao preço obtido pela interação entre oferta e demanda no mercado. Em outras estruturas de mercado o ideal de maximização de lucros também está presente, porém com o diferencial da firma ter alguma influência no nível do preço praticado pelo mercado. Essa influência é maior ou menor dependendo do poder de mercado da firma. Em outras palavras, na capacidade da firma de elevar seus preços acima do nível competitivo.

Os teóricos pós-keynesianos, porém, veem os objetivos da firma como diferentes de maximizar o lucro. Na sessão seguinte é apresentado o modelo de Josef Steindl (1952), que trata da formação de preços da firma para atingir seu objetivo de acumular capital e seus desdobramentos no processo competitivo. A terceira seção irá trabalhar as críticas de Nina Shapiro (1981) ao modelo de Steindl, e fornece sugestões para a melhora deste, relaxando a hipótese feita de que o capital não pode ser empregado em outras indústrias. A última seção oferece considerações finais acerca do modelo de Steindl e conclui o capítulo.

II.1 – Josef Steindl e a dupla influência no preço

A discussão de formação de preços é uma das mais intensas da microeconomia e das mais abertas. A disponibilidade reduzida de dados sobre preços no mercado dificulta a comprovação empírica de uma teoria. No *mainstream* a formação de preços varia em uma situação de concorrência perfeita e em outra de imperfeições no mercado. No primeiro caso as firmas são tomadoras de preço e o grande número de firmas no mercado torna nula a influência individual de uma firma. Os modelos que incorporam imperfeições no mercado demonstram

que as firmas são capazes de influenciar o preço, sendo esta influência maior dependendo do quanto maior for seu poder de mercado.

Os teóricos pós-keynesianos não veem o preço como a variável estratégica da competição, ou seja, a concorrência não ocorre via preços, ela é focada no investimento, no crescimento da participação no mercado. Como o objetivo da firma é crescer ao longo do tempo, Steindl (1952) propõe um modelo de formação de preços e acumulação na firma com um enfoque dinâmico, de modo a englobar esta variação na participação da firma no mercado. O autor está preocupado com resultados de longo prazo do modelo, destacando que no curto prazo há a influência de *booms* e quedas, não devendo ser usadas análises estáticas no comportamento da firma¹⁹.

Neste modelo, em uma mesma indústria há firmas de tamanhos distintos (em termos de parcela das vendas), variando de grandes, que obtêm elevadas taxas de lucros, a pequenas que obtêm taxas de lucros consideradas normais. As firmas grandes têm maior possibilidade de acumular capital, enquanto que as firmas pequenas não têm capacidade de realizar esta acumulação. Seus lucros em níveis normais impedem que haja a retenção para aumentar investimentos e estes são financiados por uma margem nos preços em relação aos custos (Steindl não pressupõe a possibilidade de financiamento externo do aumento da capacidade produtiva, o investimento é inteiramente financiado pela margem presente nos preços). Estes preços não são uniformes, visto que os produtos não são homogêneos, há uma “estrutura de preços” e não um preço único praticado pelo mercado²⁰.

Dentre as hipóteses assumidas pelo autor na construção do modelo, uma é especialmente restritiva: a firma pode investir apenas em aumentar sua capacidade produtiva na indústria na qual está inserida, não podendo diversificar seus investimentos em outras atividades. Este ponto, especialmente criticado por Nina Shapiro (1981) é objeto de análise na próxima seção.

A escolha de preços do produtor das firmas grandes irá depender de sua decisão de investimento (e sua taxa esperada de aumento de vendas resultante) em comparação com a capacidade da demanda em absorver este aumento da produção, ou seja, a taxa de crescimento da demanda da indústria. O preço escolhido pelo produtor irá depender destes dois fatores, com dois possíveis resultados deste processo. O primeiro é o caso em que a taxa de crescimento

¹⁹ STEINDL, [1952] 1976, pg. 40

²⁰ Ibidem, p. 40-41

das vendas esperadas pelas firmas grandes é compatível com a taxa de crescimento da demanda da indústria, de modo que o *share* destas não aumenta. A parcela do mercado destinada às firmas pequenas como um todo não se altera, mas devido à incapacidade destas em acumular capital e, conseqüentemente, aumentar suas vendas, ocorre a entrada de novas firmas pequenas de modo que individualmente diminui a parcela de mercado nestas firmas, pois não houve crescimento nas vendas de cada uma.

O segundo resultado possível e mais trabalhado pelo autor, é o caso em que a taxa esperada de crescimento das vendas das firmas grandes é maior do que a taxa de crescimento da indústria. As firmas terão que realizar um esforço de vendas para que haja um crescimento das vendas no nível desejado. Esse esforço pode ocorrer de uma das seguintes formas: diminuição de preço, melhora qualitativa do produto ou incremento no gasto para aumento de vendas (como propaganda) realizadas em uma escala maior do que a das firmas pequenas. Esse esforço de vendas nada mais é do que um sacrifício realizado pela firma (através de um dos três mecanismos citados acima) cuja intensidade dependerá da razão entre a taxa esperada de aumento das vendas e a taxa de aumento das vendas devido ao aumento da demanda da indústria.

Com o sacrifício realizado para aumentar as vendas, haverá uma diminuição da margem de lucro bruto. Se houver inovação tecnológica que diminua os custos, há uma compensação desta queda na margem de lucro líquido. As firmas pequenas, porém, não serão capazes de acompanhar estes avanços tecnológicos, devido à sua própria incapacidade em acumular capital. Desta forma, ocorre a concentração do mercado devido aos ganhos das firmas grandes em relação às menores, que são incapazes de crescer. Se o esforço de vendas realizado for de grande magnitude, pode se chegar ao ponto de haver diminuição das vendas das firmas pequenas, chegando até o nível em que estas são obrigadas a encerrar suas atividades. Cabe ressaltar que o autor enfatiza que este fim da produção da firma é definitivo e não há a retomada das atividades em períodos posteriores, a falência das firmas se perpetua no longo prazo.

O encurtamento da margem de lucros das firmas que realizam este esforço de vendas é propagado para as demais firmas da indústria, visto que estas desejam manter-se competitivas. Esta diminuição generalizada dos lucros, depois de terminado o processo de eliminação das firmas menores, força a diminuição da taxa de acumulação interna das firmas grandes, diminuindo a taxa esperada de crescimento das vendas e tornando esta compatível

com o crescimento da demanda da indústria. Steindl destaca que este novo estado pode ser considerado uma forma de “equilíbrio”.

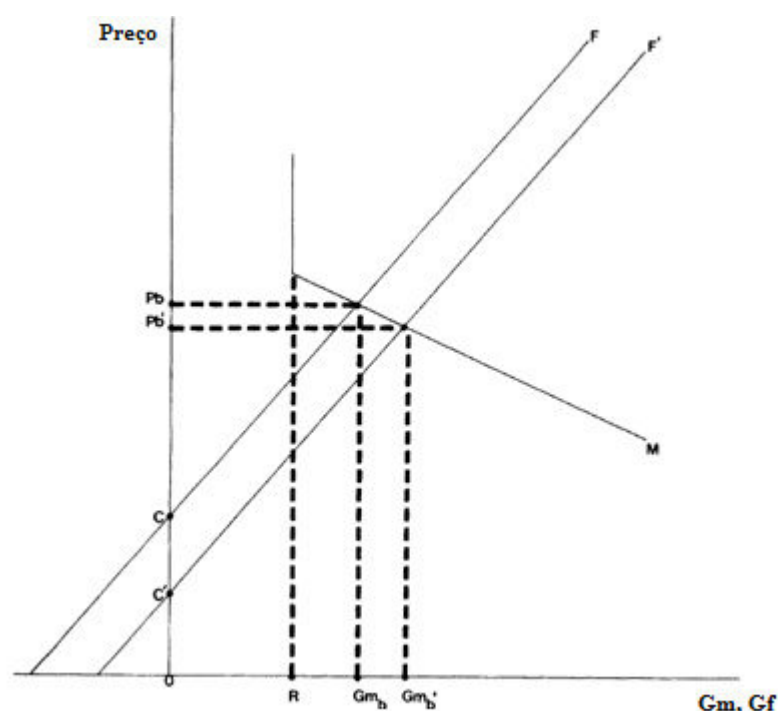
Neste modelo, é clara a influência de duas forças distintas sobre a formação de preços: a acumulação de capital (a necessidade de recursos para financiar as decisões de investimento da firma gera aumentos de preços para possibilitar a retenção de lucros) e a capacidade dos mercados de absorver o aumento da quantidade produzida à medida que o crescimento ocorre.

A capacidade da demanda de comportar o crescimento da firma, por sua vez, tem uma influência depreciativa sobre o preço. Como foi dito anteriormente, no caso em que a firma deseja crescer mais rapidamente do que a taxa de crescimento da demanda total da indústria, a firma irá procurar ganhar parcelas do mercado que pertencem às firmas menores. Nessa situação, ela tenta aumentar suas vendas numa proporção maior do que o aumento da demanda da indústria. A disputa por aumento na participação no mercado através deste mecanismo é também uma pressão negativa sobre os preços²¹.

Para equilibrar estas pressões opostas a firma procura escolher um nível de preço que seja balanceado. Surge, então, a noção da existência de um preço balanceado entre decisão de investimento e capacidade da demanda em absorver aumentos na quantidade produzida. Shapiro demonstra esta escolha através do gráfico da Figura 1 a seguir apresentada:

²¹ SHAPIRO, 1981, pg. 87-88

Figura 1



Fonte: Shapiro, 1981, pg. 89

A curva F representa a relação entre o preço e o crescimento potencial Gf , ou seja, o crescimento que pode ser atingido com aquela quantidade de recursos gerados pela margem sobre os custos. A curva M representa o efeito esperado de cada nível de preços no crescimento das vendas, Gm . O nível R é o nível de crescimento da demanda da indústria. Nos níveis em que Gm é maior do que R , há o ganho de alguma parcela de mercado pertencente a outras firmas devido à diminuição dos preços, pois a firma crescerá mais do que o nível da demanda da indústria. O nível de preços Pb representa o preço de equilíbrio, o encontro entre as curvas F e M , e é o preço em que o crescimento desejado pela firma, Gf , é igual ao crescimento das vendas Gm gerado com aquele nível de preços escolhido, Pb ²².

Uma possível mudança na estrutura produtiva que reduza custos devido à inovação técnica aumenta a margem de lucros para qualquer nível de preços, compensando a diminuição dos lucros brutos devido ao esforço de vendas e deslocando F para baixo e para direita, na nova reta F' . O preço de equilíbrio passa a ser Pb' e o crescimento das vendas passa para Gm_b' .

²² SHAPIRO, 1981, pg. 89-90

II.2 – Shapiro e a crítica à Steindl

A opção de Steindl em explicar o processo de crescimento das firmas através da tentativa destas de adquirir parcelas de mercado de firmas menores e escolhendo preço de forma a equilibrar duas forças opostas, aborda o crescimento da firma de uma perspectiva que trata as decisões de investimentos como determinantes do nível de preços praticados. Neste ponto, modelos de formação de preços pós-keynesianos posteriores, como o de Eichner e Kregel (1975), concordam (este modelo será tratado no próximo capítulo). O diferencial de ponto de vista de Steindl consiste justamente na importância dada ao papel da demanda na determinação dos preços, ponto que é característico de modelos ortodoxos.

Nina Shapiro (1981) critica a pressão negativa sobre o preço exercida pela capacidade da demanda da indústria em absorver o aumento da produção, sugerida por Steindl. O processo de crescimento acima da capacidade normal da indústria como forma de pressionar os preços para baixo é um mecanismo que tem um limite para funcionar. À medida que as firmas grandes vão eliminando as firmas pequenas através da diminuição de preços, as possibilidades de novos ganhos de parcelas de mercado através de guerra de preço vão diminuindo enquanto que as firmas vão sendo eliminadas do processo produtivo, até que não haja mais firmas para terem suas parcelas de mercado adquiridas. Desta forma, em certo ponto não haveria mais pressões depreciativas sobre o preço da firma²³, situação que Steindl chama de um novo “equilíbrio”.

Após criticar a existência de uma pressão da demanda sobre o preço, Shapiro sugere outro mecanismo que exerça influência depreciativa. Para isto, é necessária a quebra de uma das hipóteses assumidas por Steindl: a da impossibilidade de se diversificar o investimento, a idéia de que o investimento da firma deve manter-se no mercado na qual ela está inserida. As firmas procuram diversificar seus investimentos, ou seja, há a possibilidade a firma de mover seu capital para diferentes mercados; neste caso a firma deve ser tratada como uma firma multiproduto. Desta forma, a firma pode crescer sem a concentração no mercado em que a firma está inserida: “...the capital mobility which diversification involves may act as a substitute for absolute concentration in keeping prices down”²⁴.

²³ SHAPIRO, 1981, pg. 90-91

²⁴ Ibidem, pg. 91

É necessário destacar, porém, que há tipos diferentes de diversificação, com desdobramentos distintos no processo de entrada nas indústrias. O tipo tradicional de diversificação é a entrada da firma em uma indústria existente com o mesmo aparelho produtivo das firmas estabelecidas. Este tipo de entrada é difícil, pois a firma deve entrar ofertando parcela significativa do mercado de modo a se estabelecer e ganhar parcela do mercado das firmas estabelecidas. Esta entrada é ainda mais difícil no caso de haver economias de escala, pois esta é uma eficaz barreira à entrada. Neste caso, a entrada não é procurada pelas firmas, pois o objetivo dela ao investir não é adquirir altas taxas de lucros, mas sim esperar altas taxas de crescimento possíveis, o que não ocorre neste mercado²⁵. O objetivo da firma é crescer e este não muda quando ela diversifica seus investimentos.

A diferenciação de produto é uma das formas de diversificação possíveis, a firma entra em outro mercado oferecendo um produto que possua alguma diferença na percepção dos consumidores em relação aos ofertados pelas estabelecidas. Desta forma, pode haver uma expansão do mercado ao atrair novos demandantes. Outra forma de entrada é com diferenciação de processos produtivos, onde a firma entrante inova na tecnologia da planta produtiva e tem uma vantagem de custos em relação às estabelecidas, que levarão algum tempo para poder se adaptar à nova tecnologia (seja pelo tempo natural necessário a uma adaptação à renovação tecnológica ou pela relutância em fazer esta mudança devido aos “sunk costs” já incorridos na planta produtiva com tecnologia atual)²⁶.

A última forma trabalhada pela autora é também para ela a mais importante: a inovação de produtos de modo a gerar novos valores de uso, alterando as preferências dos consumidores e, desta forma, criando novas possibilidades de crescimento para a firma. O novo produto pode entrar em diferentes mercados, dependendo de qual for sua utilidade para os consumidores. Se o produto for considerado substituto para outro existente, seu preço deve ser compatível com o de seu competidor de modo a permitir a substituição por parte dos consumidores.

Para avaliar se irão demandar o novo produto ou não, os consumidores irão medir sua eficiência, ou seja, o quanto este produto permite aos demandantes gastar menos com outros produtos complementares, ficando desta forma mais dispostos a pagar um preço mais alto por estes bens. No caso de um produto com estas características o consumidor tem maior volume de renda disponível para poder gastar com outros bens. Pode ocorrer, ainda, a incorporação no

²⁵SHAPIRO, 1981, pg. 91-92

²⁶Ibidem, pg. 91-92

mercado de renda que não estava comprometida com algum gasto alternativo, oferecendo novas possibilidades de expansão para a firma. Independentemente do produto se encaixar como pertencente a um mercado novo através da criação de novo valor de uso ou se for concorrente de um produto existente, a firma busca levar o produto para a maior quantidade de faixas de renda possíveis, visto que a firma busca ganhar mercado ao introduzir um produto novo.

Desta forma, há dois limitadores para o preço do produto: a compatibilidade com o preço de seus concorrentes e a vontade da firma em incorporar o produto para o maior número de consumidores possíveis. Estes fatores substituem o limite no crescimento da demanda da indústria citado por Steindl como fatores limitadores e depreciativos do preço.

Conclusão

Steindl propõe um modelo de formação de preços no qual a firma procura equilibrar seu objetivo de acumular capital e crescer com o ritmo de crescimento da demanda da indústria. A formação de preços leva em conta estes dois fatores, portanto há mecanismos que influenciam o preço originados na oferta e na demanda. O papel da acumulação de capital como objetivo da firma no preço é reflexo da existência de incerteza influenciando a tomada de decisão da firma. Por outro lado, a demanda da indústria como limitador do aumento do mark-up, representa a parte da argumentação de Steindl criticada por Shapiro, que gera a necessidade de se fazer um esforço de vendas para realizar o retorno das decisões de investimento.

Como forma de buscar a acumulação de capital sem a necessidade de se realizar uma guerra de preços, Shapiro sugere que seja trabalhada a possibilidade da firma diversificar seus investimentos em outros mercados, garantindo a existência de um fator limitador para os preços sem a necessidade de se recorrer à influência da demanda: a firma limita seus preços ao entrar em novos mercados para garantir sua entrada e crescimento nestes.

Além de fornecer uma visão alternativa e ao mesmo tempo complementar ao modelo de formação de preço de Steindl, Shapiro trabalha também a questão do crescimento da firma como ligado à mobilidade do capital. Ao relaxar a hipótese da impossibilidade de se utilizar o

capital em outras indústrias, ela trata a possibilidade do capital fluir para outros destinos como sendo o “motor do desenvolvimento” e é fundamental na análise do crescimento da firma. Shapiro vai além e destaca que ela deve ser tratada como fonte da inovação e da transformação de estruturas industriais e não como a alocação de capital entre escolhas possíveis de investimento²⁷.

²⁷SHAPIRO, 1981, pg. 93

CAPÍTULO 3 – A FORMAÇÃO DE PREÇOS DE EICHNER E KREGEL

Introdução

O modelo de Steindl é criticado por Nina Shapiro ao utilizar elementos da demanda influenciando os preços. Eichner (1973) e Eichner e Kregel (1975) sugerem uma abordagem onde a decisão de investimento do produtor define exclusivamente os preços visando seu crescimento. O modelo destes autores também aborda a questão da tomada de decisão do nível de investimento escolhido, de modo a achar um ponto no qual a firma toma sua decisão dada à disponibilidade de recursos para investir e seus respectivos ganhos ao longo do tempo.

Antes de abordar este modelo de preços, será apresentada a sugestão de curvas de custos feitas pelos autores, que são base para a formação de preço destes na próxima seção. A terceira parte do capítulo trabalha o modelo propriamente dito, enquanto a quarta e última seção conclui o capítulo com as considerações finais.

III.1– Custos

A incerteza tem impacto direto na estrutura de custos da firma. Enquanto a firma neoclássica possui custos totais médios de curto prazo na forma de U e produz no mínimo desta curva, a firma vista pela teoria pós-keynesiana precisa ter flexibilidade, devido à existência de diversos estados do nível de confiança do empresário: períodos de otimismo e períodos de incerteza.

A forma utilizada por Eichner e Kregel, assim como outros autores pós-keynesianos, para garantir esta flexibilidade é possuir uma planta que tenha custos diretos médios constantes, podendo modificar a produção com as variações de demanda sem aumentos nos custos médios²⁸:

²⁸ Lee, 1999, pg. 147 destaca que Kalecki já considerava a curva de custos diretos médios como constantes a partir do início dos anos 1930

“Today the accepted view among post-Keynesian economists, based both on the empirical evidence available on the subject and on the theoretical implications of assuming fixed technical coefficients in the short run, is that the firm actually faces constant prime or direct costs over the relevant range of output, with the zone of increasing costs lying to the right of that (cf Robinson and Eatwell [86, 1974, p. 168], Kregel [60, 1973, p. 139], Davidson [9, 1972, pp. 37-40], and Eichner [13, 1976, chap. 2]”²⁹.

A curva com o formato que apresenta um trecho com custos diretos médios constantes é chamada curva com reserva de capacidade, ou seja, com um excesso de capacidade ociosa de modo a permitir a alteração da quantidade produzida com mudanças na demanda³⁰. Peter Kenyon destaca: “Desired plant capacity will be such that the firm will be able to meet a sudden increase in demand for its output”³¹.

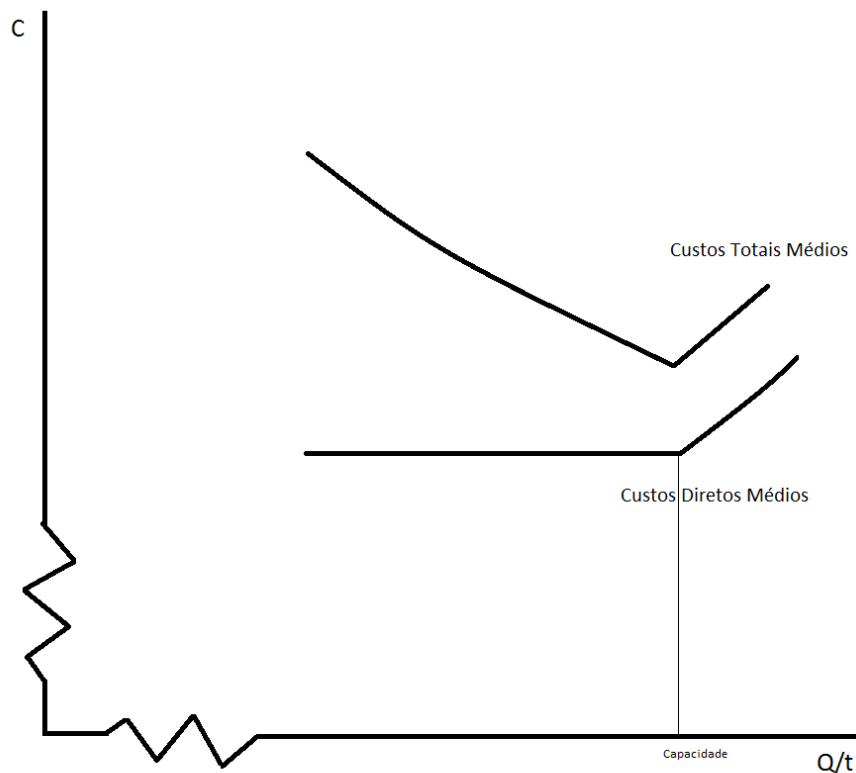
A curva que representa a planta deve ter um trecho achatado, como sugerido pela moderna teoria de custos. A planta tem reserva de capacidade, de modo a poder atender eventuais aumentos na demanda. Eichner e Kregel (1975) reafirmam este formato da curva e demonstram como esta é traçada, conforme apresentado a seguir na Figura 2:

²⁹ EICHNER; KREGEL, 1975, pg. 1305

³⁰Steindl [1952] já menciona a existência de excesso de capacidade nas plantas produtivas

³¹ KENYON, 1978, pg. 39

Figura 2



Fonte: Eicher e Kregel (1975, pg. 1306)

A curva de custos médios diretos é constante durante o trecho de reserva de capacidade e, além disso, os custos indiretos unitários são decrescentes (já que custos indiretos não variam com a unidade de produto, pois não estão ligados diretamente à produção), proporcionando uma queda no custo total médio (soma dos custos médios diretos e indiretos) com o crescimento da produção, até o ponto em que a curva de custos médios diretos começa a subir³². Esse formato de planta permite à firma maior flexibilidade para ajustar sua produção de acordo com mudanças na demanda, ao invés de uma planta que dê o menor custo hoje, em concordância com o enfatizado por Koutsoyannis:

³² EICHNER; KREGEL, 1975, pg.1306

“In summary, the businessman will not necessarily choose the plant which will give him *today* the lowest cost, but rather that equipment which allow him the greatest possible flexibility, for minor alterations of his product or his technique”³³.

III.2 – O modelo de formação de preços em oligopólios de Eichner e Kregel

A estrutura de custos apresentada na seção anterior mostra que os custos diretos médios são constantes e os indiretos médios são decrescentes, resultando em uma curva decrescente de custos totais médios. Eichner e Kregel mostram que o aumento da produção gerado por incrementos na demanda não gera pressões para o aumento dos custos unitários, portanto, estes não influenciam o preço. Outra conclusão que os autores destacam a partir das curvas é a de que se pode verificar que os custos totais médios decrescentes mostram que os lucros são crescentes em relação a aumentos da taxa de utilização de capacidade, ou seja, o lucro cresce com o aumento da demanda³⁴.

Os ajustes a variações na demanda são feitos via aumento da utilização da capacidade produtiva, ou seja, o preço é insensível a variações na demanda: ele é formado inteiramente pelo lado da oferta. Este ponto representa uma ruptura com o modelo de Steindl (1952) que dá a demanda um papel influenciador no preço, ainda que como limitador. Para Eichner e Kregel, o fato do ajuste feito à variações na demanda ser feito via aumento da utilização da capacidade e não pressionar os custos leva à formação de preços por um mark-up sobre os custos: “Putting these various elements together leads inexorably to the formulation of a pricing model based on a certain mark-up or margin above costs”³⁵.

A base para a formulação desta regra de formação de preços é a obra de Kalecki (1954), que apresenta, como política de fixação de preços da firma, o estabelecimento de um mark-up sobre custos diretos, com o determinante da margem a ser empregada sendo o grau de monopólio³⁶. Eichner e Kregel sugerem que se podem adicionar outras duas fontes para a mudança na margem sobre os custos em relação ao proposto por Kalecki. Primeiramente, a utilização esperada de capacidade é destacada, sendo uma referência para o nível de custos

³³ KOUTSOYANNIS, 1975, pg. 117

³⁴ Ver EICHNER; KREGEL, 1975, pg. 1306

³⁵ Ibidem, pg. 1306

³⁶ Ver KALECKI 1954

que se espera incorrer, tendo uma influência direta na margem sobre os custos. Já o nível propriamente utilizado de capacidade não exerce influência sobre o preço. A outra fonte é o nível planejado de investimento:

“In the alternative model based on this second factor, a model attributed to Harcourt [23, 1972, p. 211], the planned level of investment serves as a measure of business confidence, including confidence in the ability to maintain a given margin above costs. Thus the higher the planned level of investment, the higher will be the margin that prevails”³⁷.

O nível de investimento planejado como fonte de mudança nos preços representa a influência da incerteza na formação de preços. Como foi dito pelos autores, a decisão do quanto investir é “uma medida do nível de confiança dos empresários” e está ligado ao objetivo de crescer da firma.

A escolha da margem a ser utilizada é explorada por Eichner (1973), que associa esta decisão não apenas ao retorno do investimento, mas também à disponibilidade interna e externa destes recursos. Eichner afirma que o ponto de encontro entre a oferta e demanda de recursos para investimento é o determinante da margem empregada. O autor trata a decisão como uma escolha intertemporal do fluxo de caixa, visto que um investimento pode significar perda de lucro ou diminuição nas vendas no presente para aumentar o caixa no futuro³⁸. A demanda por recursos é o resultado líquido do quanto a firma espera receber ao longo do tempo com o investimento feito menos o custo de se investir. Em outras palavras, é a eficiência marginal do capital investido, conceito introduzido por Keynes na *Teoria Geral do Emprego, do Juro e da Moeda* (1936). Segundo Keynes: “A relação entre a renda esperada de um bem de capital e seu preço de oferta ou custo de reposição, isto é, a relação entre a renda esperada de uma unidade adicional daquele tipo de capital e seu custo de produção, dá-nos a eficiência marginal do capital desse tipo”³⁹.

A oferta de recursos pode ser externa ou interna, sendo esta última gerada pelo mark-up n sobre os custos, enquanto a oferta externa de recursos depende da disponibilidade de créditos. Para se formar a curva de oferta interna de recursos para investimento da firma (gerada a partir da retenção de lucros), Eichner faz uso de um gráfico de quatro quadrantes, de

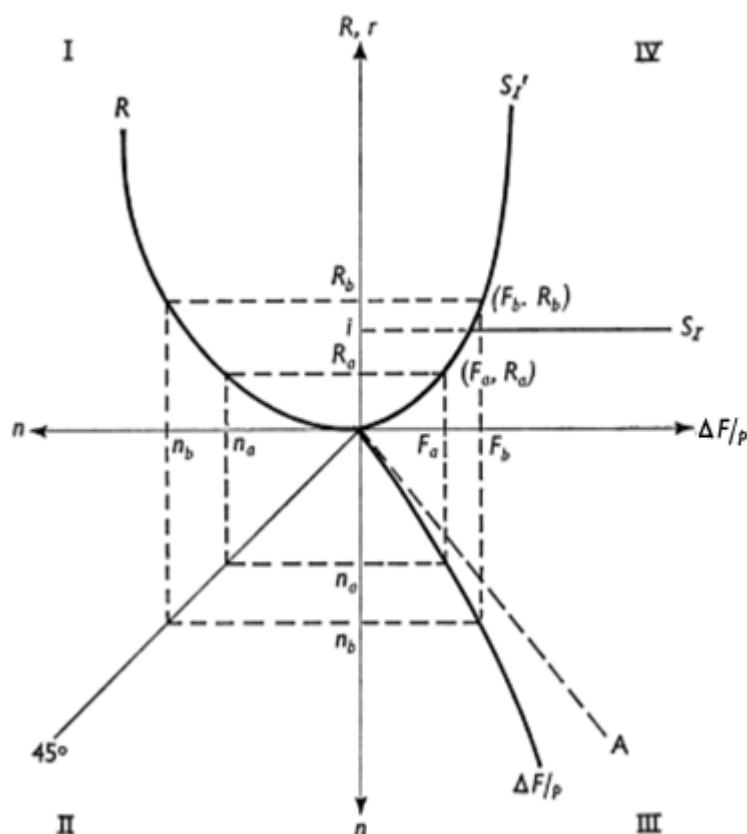
³⁷ EICHNER; KREGEL, 1975, pg. 1307

³⁸ EICHNER 1973, pg. 1189-1190

³⁹ KEYNES, [1936] 1982, pg. 115

modo a utilizar o custo implícito de se aumentar o investimento e o fluxo de caixa gerado por este crescimento da margem para este fim, de modo a obter a curva que apresente a quantidade de recursos disponíveis para investir com cada margem praticada pela firma, conforme Figura 3 abaixo apresentada:

Figura 3



Fonte: Eichner 1973, pg. 1192

O custo implícito de se aumentar o mark-up para financiar o investimento, trazida a valor presente, gera uma taxa descontada de juros R , que representa o valor da diminuição das vendas com o aumento do mark-up (representado no quadrante I), podendo vir de três possíveis fontes:

“The possible subsequent decline in revenue may derive from any one of three sources:
(a) the substitution effect; (b) the entry factor, and (c) meaningful government

intervention. Each of these possible sources of future decline in revenue will serve as a constraint on the pricing power, or discretion, of the industry price leader.”⁴⁰

Desta forma, o aumento dos preços gera uma diminuição nas vendas que pode ser analisado como uma forma de custo de se investir. A curva R cresce a taxas crescentes em relação à margem n , visto que o efeito substituição e o fator de entrada agravam-se à medida que o mark-up aumenta: “... as the size of n is increased, both the substitution effect and the entry factor can be expected to increase at an increasing rate, with the result that the implicit interest rate cost function, R , will also rise at an increasing rate”⁴¹.

O quadrante III representa o aumento do fluxo de caixa ($\Delta F/p$) à medida que cresce a margem n . Este fluxo de caixa cresce a taxas decrescentes, pois um aumento na margem gera ganhos de recursos cada vez menores devido também ao efeito substituição e ao “fator de entrada”. Utilizando uma reta de 45° no quadrante II para espelhar as curvas, obtemos a curva de oferta de recursos internos para investimento, S'_I . Se i é a taxa de juros do mercado para se tomar empréstimos, a firma utiliza recursos internos até i e passa a utilizar recursos externos quando $R > i$, portanto, temos S_I como a curva de oferta de fundos para investimento⁴².

Ao inserir a curva de demanda por recursos para investimento no modelo, a curva de eficiência marginal do capital investido, o autor compara três possíveis situações, representadas na Figura 4. Na primeira (a), a demanda por recursos D_I situa-se à esquerda da origem no gráfico, essa é uma situação na qual a demanda por recursos é inferior ao nível de investimento atual. Neste caso o autor caracteriza o resultado como incerto:

“Because, however, the gains from lowering the industry price are doubtful-the probability of either new entry or meaningful government intervention cannot be negative-a reduction in the current level of investment will not necessarily be accompanied by a lower margin above costs”⁴³.

Na segunda situação (b), D_I está à direita da origem, mas com a taxa de juros implícita de se investir R abaixo da taxa de juros do mercado de crédito i . A quantidade de recursos necessários para este nível de investimento pode ser inteiramente gerada pela firma, que, neste caso, utiliza a margem n_1 . O terceiro e último caso citado por Eichner (c) é o caso em que a

⁴⁰ EICHNER, 1973, pg. 1190

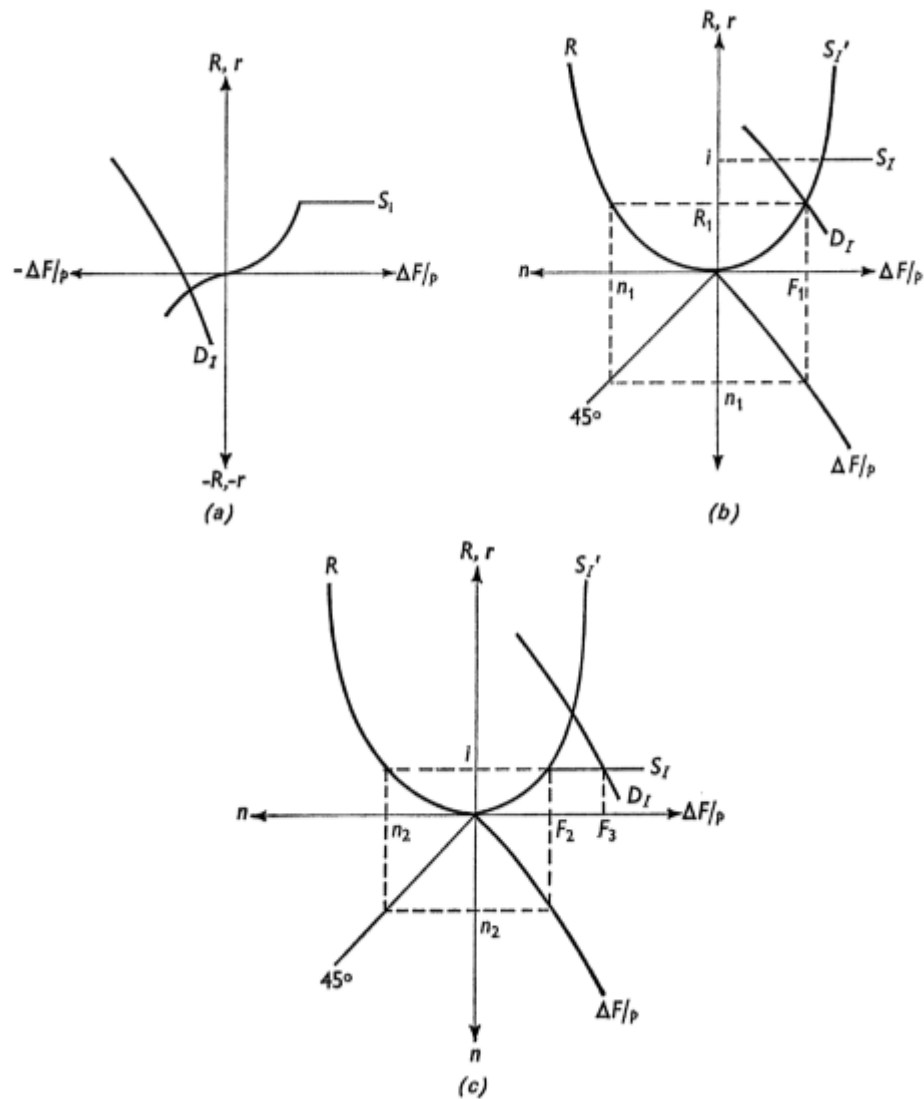
⁴¹ Ibidem, pg. 1193

⁴² Ibidem, pg. 1193

⁴³ Ibidem, pg. 1193-1194

curva de demanda por recursos para investimento situa-se acima do nível em que tornaria a taxa de juros implícita R igual à taxa de juros do mercado de crédito i , ou seja, a firma utilizará seus próprios recursos até o nível que $R=i$ (utilizando para isso o mark-up n_2), e tomará empréstimos no nível entre F_2 e F_3 .

Figura 4



Fonte: Eichner 1973, pg. 1194

Conclusão

A partir da análise dos trabalhos de Eichner e Kregel, pode-se determinar o nível do mark-up a ser utilizado pela empresa visando seu crescimento através do investimento. Diferentemente do modelo de Steindl, o preço é formado somente pelo lado da oferta, sem

restrições pelo lado da demanda. A firma formula uma decisão de investimento baseada nos ganhos que seriam gerados por aquele nível de gastos (a eficiência marginal do capital) e a oferta dos recursos para este fim (sejam eles internos, via mark-up ou externos pelo mercado de crédito). O resultado do modelo dependerá de diferentes cenários da eficiência marginal do capital, responsável por determinar a demanda pelos recursos. A partir da decisão de investimento tomada, a firma irá escolher uma margem que satisfaça este nível de gastos.

CONCLUSÃO

A teoria da firma ortodoxa é criticada em diversos aspectos, porém um deles é especialmente importante: a falta da presença da incerteza na tomada de decisão do produtor. A incerteza é um dos pontos mais trabalhados por Keynes na “Teoria Geral” e é fundamental para os trabalhos de diversos autores da escola pós-keynesiana. O motivo da relevância desse conceito na teoria da firma é a total inflexão gerada na visão do objetivo da empresa: a firma visa crescer e acumular capital pois se há incerteza, o mundo é não-ergódico. A maximização de lucros ocorre no mundo ergódico da ortodoxia. Nele as curvas de demanda e de custos são conhecidas, permitindo o resultado maximizador.

A partir da constatação de que há incerteza influenciando a decisão do produtor, Steindl propõe um modelo de formação de preços. Ele trabalha com o comportamento da firma considerada grande e dá ênfase a um caso especial: quando o aumento da demanda da indústria não for grande o suficiente para satisfazer o aumento esperado nas vendas da firma. Nesta situação, o crescimento da empresa ocorre através da aquisição de parcelas do mercado de firmas menores que dê retorno à decisão de investimento dos produtores.

Este mecanismo, porém, chega necessariamente a um fim em certo ponto: o momento em que todas as firmas menores forem eliminadas. Shapiro critica esse modelo devido a esta limitação e por dar à demanda um papel muito importante na formação dos preços. A autora sugere que se englobe no modelo a possibilidade da firma diversificar seus investimentos, de modo que a firma possa se inserir em novos mercados. A busca pelo crescimento da empresa irá fazer com que o preço seja limitado no novo mercado, pois ela busca adquirir novos demandantes e deve ofertar o produto a um preço compatível com o de seus concorrentes para se firmar no mercado.

Eichner e Kregel propõem um modelo onde o preço é formado inteiramente pelo lado da oferta. A decisão do tamanho da margem sobre os custos a ser empregada pela firma é o ponto em que a oferta e a demanda por recursos são iguais. Em outras palavras: o retorno gerado pelo investimento (dado pela eficiência marginal do capital) é igual à disponibilidade dos recursos para este fim (gerados pelo mark-up apenas ou com a aquisição de empréstimos complementarmente).

O modelo de Eichner e Kregel é diferente do modelo de Steindl por abordar na formação de preços de maneira mais profunda a questão dos recursos utilizados para investir. O que não ocorre no modelo do Steindl, onde além deste fator há a limitação da demanda.

Ambos os modelos retratam uma abordagem alternativa à visão microeconômica tradicional. Eles fornecem um ponto de vista que visa explicar a formação de preços da firma no mundo real, onde os agentes não se comportam da maneira neoclássica.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DAVIDSON, P. Rational Expectations: a fallacious foundation for studying crucial decision-making processes. *Journal of Post Keynesian Economics*, Armonk, v. 5, n. 2, p. 182-197, inverno 1982-83

DUNN, S. P. A Post Keynesian approach to the theory of the firm. In: DOW, S. C.; HILLARD, J. (Eds). *Post Keynesian Econometrics, Microeconomics and the Theory of the Firm*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited, 2002. p. 60-80

EICHNER, A. S. A Theory of Determination of Mark-up Under Oligopoly. *The Economic Journal*, Londres, v. 83, n. 332, p. 1184-1200, dez. 1973

EICHNER, A. S.; KREGEL, J. A.; An Essay on Post-Keynesian Theory: A New Paradigm in Economics. *Journal of Economic Literature*, Nashville, v.13, n. 84, p. 1293-1314, dez. 1975

FERGUSON, C. E. (1972) *Microeconomia*. 13ª edição. Trad. de Almir Guilherme Barbassa e Antonio Pessoa Brandão. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1989. 624 p.

KALECKI, M. (1954) *Teoria da Dinâmica Econômica*: Ensaio sobre as mudanças cíclicas e a longo prazo da economia capitalista. Trad. de Paulo de Almeida. São Paulo: Nova Cultural, 1977. 204 p. (Coleção Os Economistas)

KENYON, P. Pricing. In: EICHNER, A.S. (Eds). *A Guide to Post Keynesian Economics*. Nova Iorque: M. E. Sharpe, 1978, p. 34-45.

KEYNES, J. M. (1936) *A Teoria Geral do Emprego, do Juro e da Moeda*. Trad. de Mário R. da Cruz. São Paulo: Atlas, 1982. 328 p.

KOUTSOYIANNIS, A. (1975). *Modern Microeconomics*. ????: MACMILLAN EDUCATION LTD, 1989. 581p.

KUPFER, D. Barreiras estruturais à entrada. In: KUPFER, D.; HASENCLEVER, L. (Orgs). *Economia Industrial: Fundamentos Teóricos e Práticas no Brasil*. Rio de Janeiro: Campus, 2002. p. 109-128

LEE, F. S. (1999) *Post Keynesian Price Theory*. Cambridge: Cambridge University Press, 2003. 281 p.

SIMON, H. A. A Behavioral Model of Rational Choice. *Quarterly Journal of Economics*, Cambridge. v. 69. n. 1. p. 99-118, fev. 1955

STEINDL, J. (1952). *Maturity and Stagnation in American Capitalism*. Nova Iorque: Monthly Review Press, 1976. 248 p.

SHAPIRO, N. Pricing and the growth of the firm. *Journal of Post Keynesian Economics*, Armonk, v. 4, n.1, p. 85-100, outono 1981